

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основы GR-коммуникаций

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 17.11.2022

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у обучающегося способности выполнять анализ мотивов, моделей экономического поведения потребителей (хозяйствующих субъектов и физических лиц), интерпретировать действия экономических субъектов для принятия оптимальных и экономически обоснованных управленческих и производственных решений.

Задачей дисциплины является формирование у обучающихся понимания психологических особенностей поведения человека в бизнесе.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Уметь:

- выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном;
- осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной программы

Знать:

- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном;
- особенности механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной системы

Владеть:

- навыками определения роли политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;

- навыками определения действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной системы

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №8
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	24	24
Занятия семинарского типа	24	24

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 60 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	<p>GR в системе коммуникационного менеджмента: существенные и теоретико-концептуальные аспекты</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">- Понятие Government Relations. Место GR в системе коммуникативного менеджмента. Особенности GR как формы интегрированных коммуникаций. GR и PA (Public Affairs): сходства и различия.- GR и PR: сходства и различия. GR и Advocacy: сходства и различия. GR vs. Лоббизм. Субъекты и объекты GR. Методология исследования GR-деятельности. Основные направления GR-деятельности. Понятие контрагент. - Понятие "стейкхолдер". Группы интересов как политические акторы. Основные типологии групп интересов. Система функционального представительства.- Модели функционального представительства. Плюрализм как модель функционального представительства. Корпоратизм (некорпоративизм) как модель политического представительства. "Сетевая" (networking) модель функционального представительства. Клиентелизм как модель функционального представительства. Элитистский подход к политическому представительству.- "Вращающиеся двери" (revolving-doors) в политическом представительстве интересов. Технологии политического представительства интересов (литогация, grass-roots, пропаганда).
2	<p>GR как форма интегрированных коммуникаций: функциональное и институциональное измерение</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">- Производственные функции GR (выстраивание отношений с органами власти, стейкхолдерами). Поддерживающие функции GR (консалтинг, экспертное сопровождение). Типология GR-деятельности. Институциональный (стратегический) GR. Персональный (тактический) GR.- Конвенциональный (регулярный) GR. Антикризисный GR. Особенности in-house GR. GR-департамент: принципы организации. Функции GR-департамента. Профессиональные качества GR-специалиста. Особенности рекрутмента в GR.- Особенности revolving doors (привлечения бывших чиновников). Формы и механизмы повышения эффективности GR-специалистов. Compliance policy в современном GR: проблемы соответствия. Out-house GR (консалтинговая компания).- Функции и задачи out-house GR-деятельности. Формы и способы оценки эффективности GR-деятельности. GR-бенчмаркинг. Кодексы профессионального поведения в GR.
3	<p>GR как форма интегрированных коммуникаций: технологические аспекты</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">- Планирование GR-деятельности. GR-стратегия: сущность и виды. Основные GR-стратегии. Технологии выстраивания отношений/формирование связей с органами власти и стейкхолдерами. Информационный GR. Нормотворческая деятельность (подготовка поправок, альтернативное законодательство). Лоббизм как форма GR-деятельности. Формы лоббистской деятельности.- Литогация как форма лоббистской деятельности. «Давление» с мест как форма лоббистской деятельности. Поддержка политической деятельности (электоральная активность).Неконвенциональные технологии лоббистской (astroturfing, greenwashing, коррупционные схемы).Современные тактики лоббистской деятельности («дантист», «троянский конь», «третья сторона»).Общественная экспертиза (public involvement). GR-коммуникации: формы и виды. Имиджевые функции GR.- GR и корпоративная социальная ответственность. Особенности работы с общественными организациями. Информационное обеспечение как форма GR-коммуникации. Экспертно-консультативное обеспечение как форма GR-деятельности. Информационная политика в GR-деятельности.- Роль СМИ в GR-коммуникациях (media-relations). Концепция "ключевых сообщений" в GR-

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	коммуникации. Message-management в GR-деятельности. Особенности GR-коммуникации в интернете. Social-media как каналы GR-коммуникации.
4	<p>Модели GR-коммуникации: англосаксонская модель</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Англосаксонская модель GR: основные характеристики. Институционализированный лоббизм. Проблемы законодательного регулирования лоббистской деятельности. Институт профессионального лоббизма. - Compliance policy в GR-деятельности: англосаксонская модель. Особенности организации GR в США. Лоббизм как профессиональный институт в США. Законодательное регулирование лоббистской деятельности в США. The Lobbying Act (1946), The Disclose Act (1995). The Foreign Agents Act (1938). Регистрация лоббистской деятельности. Ограничения лоббистской деятельности. "Железный треугольник" лоббизма. Revolving doors в США. Корпоративный GR в США: специфика формирования GR-департаментов. - Основные технологии корпоративного GR в США. US Chamber of Commerce: особенности GR-коммуникации. Особенности корпоративной GR-коммуникации в США (кейсы компаний из различных секторов/отраслей). Особенности compliance policy при осуществлении GR-деятельности в США. GR-активность общественных организаций (advocacy groups) в США. NRA: специфика GR-коммуникации. - Особенности организации GR в Канаде. Институт лоббизма в Канаде. The Lobbying Act (1985). Лоббисты-консультанты. Корпоративный in-house лоббизм в Канаде. Общественный in-house лоббизм в Канаде. Особенности корпоративной GR-коммуникации в Канаде (кейсы компаний из различных секторов/отраслей).
5	<p>Модели GR-коммуникации: европейская (континентальная) модель</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Европейская модель GR: основные характеристики. Корпоративное представительство и GR-коммуникации. Институциональные формы представительства интересов. "Комитетская система" как форма GR-коммуникации. Особенности организации GR-деятельности в Германии. - Особенности применения технологий GR в Германии. Законодательное регулирование лоббистской деятельности в Германии. GR-деятельность представительских организаций бизнеса в Германии (BDI, BDA, DGB, DINK). Специфика GR-деятельности в рамках «комитетской системы» Германии. Особенности revolving-doors в германских условиях. - Особенности корпоративной GR-коммуникации в Германии (кейсы компаний из различных секторов/отраслей). Особенности compliance policy при осуществлении GR-деятельности в Германии. Особенности организации GR-деятельности в Великобритании. - Особенности осуществления лоббистской деятельности в Великобритании. Political agents как в Civil Service Code в Великобритании. Особенности организации GR-деятельности во Франции. Особенности организации GR-деятельности в Европейском Союзе. Корпоративное представительство в ЕС. "Комитетская система" в ЕС. Особенности compliance policy при осуществлении GR-деятельности в ЕС.
6	<p>Специфика российской практики GR-деятельности</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Особенности организации и осуществления GR-деятельности в России. Специфика функционирования системы органов государственной власти местного самоуправления в России. Стейкхолдеры в России. Особенности применения технологий GR в России. - Проблемы законодательного регулирования лоббизма в России. Особенности осуществления лоббистской деятельности в России (законодательные, исполнительные органы). Информационный GR в российских условиях. Аутсор-синговый (out-house) GR в России: общие характеристики. Специфика GR-коммуникации представительских организаций бизнеса в России (РСПП, «Деловая Россия», ОПОРА России, ТПП РФ, отраслевые союзы). - Особенности осуществления GR-коммуникации НКО (не предпринимательские). Revolving-doors в российских условиях. Особенности GR-коммуникации при реализации проектов ГЧП. Специфика

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>производственных функций GR в России («бюджетное» лоббирование, госзаказы). Compliance policy в российском корпоративном GR. Этические кодексы в российском GR.</p> <p>- Особенности корпоративной GR-коммуникации в России (кейсы компаний из различных секторов/отраслей).</p>
7	<p>GR-практики в России: органы государственной власти</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <p>- Органы государственной власти как объекты GR-деятельности. Особенности осуществления GR-деятельности в российских органах государственной власти: общие характеристики. GR-деятельность в российских исполнительных органах власти: субъект-объектные отношения.</p> <p>- GR-деятельность в законодательных органах власти: субъект-объектные отношения. Особенности осуществления лоббистской деятельности в российских исполнительных и законодательных органах власти. Специфика информационного GR в исполнительных и законодательных органах власти. Норматворчество как вид GR-деятельности: позиция органов власти. «Внутренний» (inside) GR (G2G).</p>
8	<p>GR-практики российских консалтинговых агентств (out-house GR)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <p>- Особенности осуществления out-house GR-деятельности. Специфика проектной деятельности out-house GR. «Плюсы» и «минусы» out-house GR-деятельности. Основные субъекты (консалтинговые компании) out-house GR-деятельности.</p> <p>- Технологии аутсорсингового GR. Законодательный (норматворческий) аутсорсинг. Специфика осуществления лоббистской деятельности консалтинговыми (out-house) агентствами. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности консалтинговых компаний. Кейсы out-house GR-деятельности.</p>
9	<p>GR-практики российских компаний</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <p>- GR в системе корпоративных интегрированных коммуникаций зарубежных компаний в России. Основные направления GR-деятельности зарубежных компаний в России. Особенности функционирования GR-департаментов в зарубежных компаниях в России.</p> <p>- Стратегия и тактика GR-деятельности в зарубежных компаниях в России. Формы и механизмы корпоративной GR-коммуникации в зарубежных компаниях. Специфика осуществления лоббистской деятельности зарубежными компаниями в России. Особенности compliance policy в российских компаниях. Антикризисный GR: практика зарубежных компаний в России.</p> <p>- Особенности осуществления корпоративной социальной ответственности: практика зарубежных компаний в России. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности: опыт зарубежных компаний. Кейсы корпоративной GR-практики.</p>
10	<p>GR-практики зарубежных компаний в России</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <p>- GR в системе корпоративных интегрированных коммуникаций зарубежных компаний в России. Основные направления GR-деятельности зарубежных компаний в России. Особенности функционирования GR-департаментов в зарубежных компаниях в России.</p> <p>- Стратегия и тактика GR-деятельности в зарубежных компаниях в России. Формы и механизмы корпоративной GR-коммуникации в зарубежных компаниях. Специфика осуществления лоббистской деятельности зарубежными компаниями в России. Особенности compliance policy в российских компаниях. Антикризисный GR: практика зарубежных компаний в России.</p> <p>- Особенности осуществления корпоративной социальной ответственности: практика зарубежных компаний в России. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности: опыт зарубежных компаний. Кейсы корпоративной GR-практики.</p>
11	<p>GR-практики предпринимательских ассоциаций в России</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <p>- Представительские организации бизнеса (предпринимательские ассоциации): формы и виды. Предпринимательские ассоциации как стейкхолдеры. Особенности осуществления GR-деятельности представительскими организациями бизнеса. Стратегия и тактики GR-деятельности российских предпринимательских союзов.</p>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- Формы и механизмы GR-коммуникации представительских организаций бизнеса (РСПП, ОПОРА России). Особенности осуществления лоббистской деятельности представительскими организациями бизнеса («цеховой» лоббизм). Особенности осуществления GR-деятельности зарубежными предпринимательскими ассоциациями в России (Германская внешнеторговая палата). - Специфика compliance policy представительских организаций бизнеса. Саморегулирование и GR-деятельность (опыт СПО). Кейсы GR-практики представительских организаций бизнеса.
12	GR- практики российских НКО (социальные и благотворительные организации) Рассматриваемые вопросы: - Некоммерческие организации (НКО) как стейкхолдеры. Особенности осуществления GR-деятельности НКО: основные характеристики. Стратегия GR-деятельности НКО. Особенности осуществления GR-деятельности НКО: Специфика compliance policy НКО. Кейсы GR-практики НКО.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Организация деятельности GR-службы в корпоративной структуре (in-house) В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует деятельность GR
2	Организация деятельности GR-службы в корпоративной структуре (in-house) В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует деятельность GR в корпоративной структуре
3	Особенности применения GR-технологий: информационный GR В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует особенности применения GR
4	Особенности применения GR-технологий: информационный GR В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует особенности применения информационного GR
5	Особенности применения GR-технологий: лоббистская деятельность В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует лоббистскую деятельность
6	Особенности применения GR-технологий: законодательная деятельность В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует законодательную деятельность
7	Особенности применения GR-технологий: общественная экспертиза (public involvement) В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует общественную экспертизу
8	Особенности применения GR-технологий: ГЧП В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует ГЧП
9	Особенности применения GR-технологий: имиджмейкинг и социальная ответственность В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует имиджмейкинг и социальную ответственность
10	Особенности применения GR-технологий: имиджмейкинг и социальная ответственность

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует имиджмейкинг и социальную ответственность
11	Особенности применения GR-технологий: антикризисный менеджмент В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует антикризисный менеджмент
12	Особенности применения GR-технологий: антикризисный менеджмент В результате участия в практическом занятии студент закрепляет знания по темам лекционного материала и анализирует антикризисный менеджмент

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — М.: Издательство Юрайт, 2022 -438 с.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489385 (дата обращения: 05.04.2022). - Текст: электронный.
2	GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. Марковская Е.И. — М.: Издательство Юрайт, 2022 - 304 стр.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490231 (дата обращения: 05.04.2022). - Текст: электронный.
3	Лоббизм. Учебное пособие. Меньшенина Н.Н., Пантелеева М.В. М.: Издательство Юрайт, 2022 - 133 стр.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492596 (дата обращения: 05.04.2022). - Текст: электронный.
4	Политический менеджмент: учебное пособие для вузов / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493776

	— Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 298 с.	(дата обращения: 05.04.2022). - Текст: электронный.
5	5 «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие на английском языке. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016	М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016 http://ml.miit-ief.ru (дата обращения: 05.04.2022). - Текст: электронный.

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

Электронно-библиотечная система ibooks.ru (<http://ibooks.ru/>).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс. Браузер, Google Chrome (или другой браузер).

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения всех аудиторных занятий лекций и практик необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 8 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной

аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы

Доцент, к.н. кафедры «Экономика и
управление на транспорте»

Евдокимов Олег
Георгиевич

Лист согласования

Заведующий кафедрой ЭУТ

Н.П. Терешина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян